

# Basiskommunikation – schafft Nähe und Vertrauen

**Basiskommunikation bildet** die Grundlage der Öffentlichkeitsarbeit der Schweizer Landwirtschaft

**Basiskommunikation verbessert** Beziehungen zwischen Bauernfamilien und der Bevölkerung

**Basiskommunikation fördert** die Bereitschaft der Konsumenten und Konsumentinnen, Schweizer Produkte zu kaufen



**GUT, GIBT'S DIE SCHWEIZER BAUERN.**   
www.landwirtschaft.ch

# Was es nützt – mit Basiskommunikation bauen wir Brücken

## Die Bauernfamilien

**pflegen** Kontakte mit andern Menschen  
**kennen** andere Ansichten und Ansprüche  
**vertreten** öffentlich eigene Ansichten und Begründungen  
**bleiben** am Puls des aktuellen Geschehens

## Die Landwirtschaft

**gewichtet** die eigenen Werte  
**formuliert** diese Werte in der Öffentlichkeit  
**beteiligt** sich an Veränderungsprozessen  
**profilert** sich als verlässlicher Gesprächspartner

## Die Bevölkerung

**hört** die Stimme der bäuerlichen Bevölkerung  
**begreift** den Wert der Schweizer Landwirtschaft  
**kauft** Schweizer Produkte  
**bekannt** sich zur Schweizer Landwirtschaft



**Basiskommunikation ist mehr** als einfach «Werbung». Basiskommunikation ist Dialog, sie schafft Beziehung und Vertrauen zwischen der Schweizer Landwirtschaft und der Öffentlichkeit.

Ohne gute Beziehung und Vertrauen sind die Chancen gering, auf dem Markt bestehen zu können.



# Jetzt geht's los – Anlässe und Aktivitäten zum Auswählen

## Zum selbst Organisieren

- Brunch oder Buurezmorge
- Tag der offenen Tür
- Hoffest
- Diskussionsrunde unter Nachbarn
- Podiumsdiskussion

Weitere Ideen:

## Zum Mitmachen

- Stallvisite\*
- Willkompfposten\*
- Lockpfostenweg\*
- Führungen «Schlüssel zur Natur»
- Schule auf dem Bauernhof (SchuB)\*
- Brunch am 1. August\*
- Beteiligung an lokalen Anlässen, Festen, Jubiläumsfeiern
- Ausstellungen und Messen\*
- Direktvermarktungsplattform «vom Hof» auf [www.landwirtschaft.ch](http://www.landwirtschaft.ch)\*

## Nationale Projekte

Broschüren- und Lehrmittelversand, Messeauftritte\*, Plakataushang\*, Inseratekampagnen\*, TV-Spots\*, Internetauftritte\*

**Wir starten in diesem Jahr auf unserem Hof folgende Massnahme:**

## Stallvisite

### Imagekampagne

Alle nebenan mit \* bezeichneten Aktivitäten sind Projekte der Imagekampagne «Gut, gibt's die Schweizer Bauern.»

# Jede und jeder spielt eine Rolle – welches ist die Ihre?

## Kommunikation ...

... **geschieht bei jeder Begegnung** zwischen Menschen, mit oder ohne Worte. Schon die Art, wie Sie an jemandem vorbei gehen, ist ein Kommunikationsanlass. Anders gesagt: Es ist unmöglich, nicht zu kommunizieren.

## Auch Sie ...

... **wirken als Bäuerin oder Bauer** auf Ihre Nachbarn, Kunden und auf alle Leute, denen Sie begegnen. Zufriedene Menschen wirken besser, als unzufriedene. – Wie wirken Sie nach aussen? Und was gönnen Sie sich, um zufrieden zu sein?

## Und jetzt ...

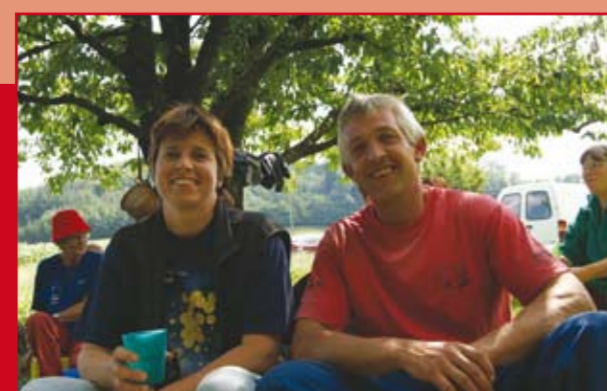
... **können Sie für sich klären**, wie Sie am liebsten kommunikativ aktiv sein wollen:

Sind Sie

- **eine Ideenfinderin**, die Vorschläge ausheckt und mit andern zum Projekt entwickelt?
- **ein Organisator**, der mit andern einen Anlass vorbereitet und durchzieht?
- **eine Rednerin**, die andere mit Worten für ihre Sache gewinnt?
- **ein Diskussionsfreudiger**, der Argumente vertritt und austauscht?
- **eine Praktikerin**, die demonstriert, wie die Wirklichkeit aussieht?
- **ein Schaffer**, der hinter den Kulissen zupackt, damit ein Projekt gelingt?
- **eine Zurückgezogene**, die gerne mithilft, wo es nötig ist?

## Der Schritt

**Definieren Sie für sich** Ihre Stärken und überlegen Sie, was Sie erreichen wollen. Wie wollen Sie ihre Ziele verwirklichen, mit wem zusammenarbeiten, bei welchen Projekten sich beteiligen?



**Basiskommunikation konkret**  
 Seit 1998 läuft schweizweit die Imagekampagne «Gut, gibt's die Schweizer Bauern» unter der Leitung des Schweizerischen Bauernverbandes. Sie kommt allen Bauernfamilien zugute, alle können sie mittragen und ihre Möglichkeiten nutzen. Seit 2006 hat die Imagekampagne ein neues Erscheinungsbild. Das zentrale Merkmal (Key-Visual) ist der blaue Edelweiss-Hemdstoff.



Basiskommunikation ist die Grundlage für die Werbung der Branchen und Marken. (Die in der Pyramide aufgeführten Namen stehen stellvertretend für alle Marken und Branchen der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft)

**Basis** = Grundlage, auf der man aufbauen, auf die man sich stützen kann

**Kommunikation** = Verständigung untereinander, mit oder ohne Worte

# Projekt in Planung – hier gibt's Unterstützung

## Hilfsmittel

Die kantonalen Bauernverbände und viele landwirtschaftliche Organisationen stellen Hilfsmittel und Materialien für die bäuerliche Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung:

- Ausstellungsmaterial
- Broschüren
- Dekorationsmaterial
- Dias
- DVD / Videos
- Multimedia
- Plakate
- Poster
- Werbematerial
- Willkompfposten
- Feldrandtafeln
- Filme
- Kleber
- Lehrmittel
- Lockpfosten

Eine Liste aller Hilfsmittel und Materialien findet sich unter [www.landwirtschaft.ch](http://www.landwirtschaft.ch) im Bereich «Image» oder kann beim Landwirtschaftlichen Informationsdienst LID bestellt werden.

## Beratung

Ratschläge und Tipps zur Öffentlichkeitsarbeit erhalten Sie beim Bauernverband Ihres Kantons / Ihrer Region und beim Landwirtschaftlichen Informationsdienst LID, Bern.



**Bauernfamilien** mit ihrem Wissen und Können und mit all den Möglichkeiten auf ihrem Hof sind ausgezeichnete Botschafter für die Schweizer Landwirtschaft. Mit einem geschickten Einsatz von Kommunikations-Hilfsmitteln lässt sich die Wirkung der Aktivitäten verstärken.

# Gemeinsame Mittel – sinnvoll eingesetzt

Der Schweizerische Bauernverband verwaltet die finanziellen Mittel für die Basiskommunikation in einer «Spezialfinanzierung Basiskommunikation» und kann jederzeit über den Einsatz der Gelder Rechenschaft ablegen. Die Bauern und ihre Organisationen müssen pro Jahr rund 2,25 Millionen Franken für die zwanzig Projekte aufbringen. Der Bund kann die Basiskommunikation der Landwirtschaft mit maximal demselben Betrag unterstützen.

## Budget der Basiskommunikation

Beiträge der Organisationen und Branchen	440 000.–
Beiträge der Bauern und des Bauernverbandes	810 000.–
Sponsoring und Spenden	400 000.–
Eigenfinanzierungsanteil	1 650 000.–
Regionale Projekte	600 000.–
Total Eigenfinanzierung	2 250 000.–
Mögliche Finanzhilfe des Bundes	2 250 000.–
<b>Budget total</b>	<b>4 500 000.–</b>



## Die gemeinsame Basiskommunikation

über die Imagekampagne «Gut, gibt's die Schweizer Bauern» macht Sinn: Die Bauernfamilien stärken ihre Stimme in der Öffentlichkeit und eröffnen sich neue Kontaktmöglichkeiten. Verantwortlich für die Imagekampagne ist die **Arbeitsgruppe Kommunikation** des Schweizerischen Bauernverbandes. Fachorganisationen und andere landwirtschaftliche Organisationen der Deutsch- und Westschweiz sind darin vertreten.

Für weitere Informationen:

■ **LID** Landwirtschaftlicher Informationsdienst  
 Weststrasse 10, 3000 Bern 6  
 Telefon 031 359 59 77, Fax 031 359 59 79  
[info@lid.ch](mailto:info@lid.ch), [www.lid.ch](http://www.lid.ch)

■ **AGIR** Agence d'information agricole romande  
 Avenue des Jordils 3, 1000 Lausanne 6  
 Téléphone 021 613 11 31, Fax 021 613 11 30  
[info@agirinfo.com](mailto:info@agirinfo.com), [www.agirinfo.com](http://www.agirinfo.com)